

Ocio nocturno, gentrificación y distinción social en el centro histórico de Sarajevo

metadata, citation and similar papers at core.ac.uk

provided by Portal de Revistas

j.noire@gmail.com

Jordi MARTÍN i DÍAZ

jmartidi11@geo.ub.edu

Grup d'Investigacions en Geografia Urbana (GIGU)
Departament de Geografia Humana
Universitat de Barcelona

Recibido: 17 de Septiembre de 2008

Aceptado: 25 de Febrero de 2009

RESUMEN

El ocio nocturno se ha convertido recientemente en una de las estrategias que llevan a cabo las administraciones públicas locales europeas para renovar sus espacios urbanos, especialmente sus centros históricos, como en el caso de Sarajevo. En este artículo se presentan los resultados de un trabajo de campo cualitativo sobre cómo el consumo de ocio nocturno en el centro histórico de la capital bosnia contribuye significativamente a una occidentalización del espacio urbano protagonizada por la nueva clase media musulmana de la ciudad. Una visión “culturalista” sobre este proceso permitirá vislumbrar posibles estrategias de gentrificación e higienización social del espacio urbano relacionadas con la creciente islamización de la ciudad. Se concluye el artículo ofreciendo la posibilidad de contemplar el período posbélico de finales de la década de 1990 como un elemento gentrificador a posteriori.

Palabras clave: ocio nocturno, “ir de marcha”, nueva clase media musulmana, gentrificación, Sarajevo.

Night life promotion, gentrification and social distinction in downtown Sarajevo

ABSTRACT

Night life promotion has become a widespread strategy in order to renew urban spaces in the downtowns of Western European cities. This strategy has recently been applied also to the downtown of Sarajevo. It has been turned into a consumption product and a symbol of social distinction for the new Muslim middle classes. This paper tries to show the relationship between clubbing and social exclusion in order to show how night life consumption is taking part of westernization of Sarajevo. This point of view stresses the consideration of night life consumption as one of the main mechanisms of self-identities' constructions for these Sarajevo's new muslim middle classes. This approach will allow think about to which extent the consequences of the Bosnia's conflict have played a role in the process of gentrification in downtown Sarajevo.

Keywords: night life promotion, clubbing, muslim new middle classes, gentrification, Sarajevo.

Vie nocturne, gentrification et distinction sociale au centre de la ville de Sarajevo

SOMMAIRE

La vie nocturne est récemment devenue une des stratégies menées par les gouvernements locaux en Europe à renouveler ses espaces urbains, en particulier de ses centres urbains, comme Sarajevo. Cet article présente les résultats d'ordre qualitatif sur le terrain comment la consommation de la vie nocturne dans le centre historique de la capitale bosniaque contribue de manière significative à une occidentalisation espace avec la nouvelle classe moyenne urbaine ville musulmane. Une vision culturelle de ce processus permettra à un coup d'oeil sur les stratégies possibles gentrification urbaine et l'assainissement sociales liées à l'espace de plus en plus l'islamisation de la ville. Nous concluons l'article offre une chance d'envisager l'après-guerre de la fin des années 1990 comme un élément gentrification la suite.

Mots-clés: vie nocturne, "clubbing", de nouvelles classe moyenne musulmane, la gentrification, Sarajevo.

1. INTRODUCCIÓN. UNA APROXIMACIÓN A LA ECONOMÍA DE LA NOCHE EN LOS PROCESOS DE RENOVACIÓN URBANA.

La economía del ocio nocturno constituye, a día de hoy en muchas ciudades posfordistas occidentales, una de las estrategias para la renovación de sus espacios. La reestructuración urbana de los últimos años acaecida no solamente en las grandes urbes sino también en las llamadas ciudades medias de Europa Occidental y Oriental ha comportado un desarrollo de una nueva "marca" urbana que ha redimensionado muchas partes del paisaje urbano de estas ciudades en base al entretenimiento corporativo y la construcción de *hubs* de ocio (Hannigan, 1998; Gottdiener, 2001; Chatterton y Hollands, 2003). Además, el ocio nocturno y las actividades económicas indirectamente asociadas constituyen una fuente significativa de ingresos y ocupación, a la vez que aparecen como eficaces mecanismos de creación y reproducción de una determinada "imagen cívica" (Chatterton y Hollands, 2001, 2002, 2003).

El ocio nocturno de las ciudades europeas contemporáneas se caracteriza, cada vez más, por estar constituido por una fase de producción mediante la corporativización de las propiedades via "branding" y "theming" (Klein, 2000, Gottdiener, 2001, Chatterton y Hollands, 2003). Si bien esta tendencia aparece como especialmente significativa en países anglosajones, no lo es en países europeos de la ribera mediterránea. Ello se debe a una mayor presencia de estructuras empresariales pequeñas, a menudo de carácter familiar, característica fundamental de la estructura empresarial del subsector del ocio nocturno en estos países (Nofre, 2008a). A todo ello, cabe sumarle el hecho que, en el conjunto de la región europea, el ocio nocturno se caracteriza cada vez más por una fase, también, de regulación que propicia tanto los procesos de acumulación de capital social y cultural individuales como la construcción, absolutamente artificial, de una determinada imagen de ciudad (Íb.). Además, el ocio nocturno se encuentra caracterizado por una fase de consumo fundamentada, en términos generales, por la aparición de nuevas formas de segmentación y de segregación espacial –y social– del ocio nocturno como consecuencia de la aparición de procesos de gentrificación en los centros históricos de las grandes ciudades así como de

mecanismos de distinción social incorporados implícitamente en los estilos de vida de la nueva clase media (Savage y Butler, 1995; Butler, 1997; Wynne y O'Connor, 1998; Chatterton y Hollands, 2003).

Las características específicas de esta gentrificación, de este “retorno al centro” –que en el caso del Barrio del Raval de Barcelona se encuentra magníficamente explicado en la tesis doctoral de Sergi Martínez Rigol (2001)–, constituyen un renovado énfasis en la reconstrucción de la ciudad de Sarajevo, en la que són planificadas, diseñadas y desarrolladas áreas de nueva centralidad no solamente con una vertiente monofuncional basada en actividades productivas tradicionales, sino también en la creación de nuevos clústers culturales¹.

En este sentido, la ciudad de Sarajevo presenta un centro histórico caracterizado, por una parte, por una actividad comercial concentrada y bien delimitada a nivel espacial. A la vez, presenta un elevado protagonismo en el contexto de la dinámica económica de la ciudad, tratándose de una actividad organizada gremialmente e incluso corporativamente (Carreras y Moreno, 2007). A todo ello cabe sumarle una oferta de ocio nocturno, tal y como se mostrará más adelante, concentrada de manera significativa en el centro histórico de la capital bosnia. De hecho, la progresiva concentración de ocio nocturno en esta área central de la ciudad de Sarajevo parece responder, tal y como se mostrará en este artículo, a una estrategia de sus clases dirigentes que, desde después de la guerra (1992-1995), han venido llevando a cabo con la finalidad de orientar la estructura socioeconómica de la ciudad hacia actividades de consumo cultural masivo² y no tanto hacia aquellas actividades productivas tradicionales que han caracterizado el desarrollo económico de Bosnia y Hercegovina desde justo después de la segunda guerra mundial. Todo ello parece responder a las principales líneas estratégicas contenidas en el Plan Estratégico para el Desarrollo Económico y Social del Cantón de Sarajevo 2015.

Precisamente, el objetivo principal de este artículo es mostrar como el centro histórico de Sarajevo se encuentra inmerso en un proceso que lo conduce, aunque con ciertas diferencias, a convertirse en un área urbana similar a los “centros vivos 24h” que poseen la mayoría de grandes metrópolis del mundo, como por ejemplo Londres, Nueva York e incluso otras ciudades de menor entidad a nivel global, como Madrid, Amsterdam o Barcelona (Nofre, 2008a). El ocio nocturno, en el caso del centro histórico de Sarajevo, se ha convertido recientemente en una estrategia fundamental para su gentrificación, proceso que cabe enmarcarlo en una homogeneización social de esta área de la capital bosnia acaecida con posterioridad al período bélico de la década de 1990. Con todo, este artículo pretende mostrar como el ocio nocturno también puede ser considerado un elemento de primer orden en la acumulación y (re)producción de distinción social. Así, se mostrará a lo largo del texto cómo el ocio nocturno se ha convertido en uno de los mecanismos más efica-

¹ El caso del proyecto de renovación urbana del área de Marjin Dvor en la ciudad de Sarajevo constituye un buen ejemplo.

² Como las ediciones anuales correspondientes a los Festivales de Invierno de Sarajevo, los Festivales Internacionales de Jazz de la capital bosnia o el mismo *Sarajevo Film Festival*.

ces para la (re)producción social de la nueva clase media musulmana de Sarajevo. Más concretamente, se prestará atención a cómo este “consumo” de una determinada oferta de ocio nocturno, basada en el “clubbing” y contextualizada en el centro histórico de la ciudad bosnia, se ha convertido en un factor decisivo para su gentrificación a partir del final de la guerra.

En un plano más teórico-metodológico, este artículo pretende presentar el estudio del ocio nocturno en el centro histórico de Sarajevo como una herramienta útil para descifrar el proceso de la consolidación del capitalismo neoliberal en Bosnia y Hercegovina dos décadas después de la desintegración del sistema socialista. Precisamente, una de las primeras aproximaciones a las realidades urbanas de Sarajevo realizadas con motivo de los preparativos para el trabajo de campo cualitativo permitió entrever que, efectivamente, existen indicios que sugieren un proceso de gentrificación del centro histórico de Sarajevo. Además, y en la línea de lo afirmado, la consideración de las territorialidades y de las prácticas sociales de la nueva clase media musulmana de la capital bosnia puede ayudar a vislumbrar hasta qué punto la gentrificación podría estar relacionada con la construcción de un nuevo imaginario urbano colectivo a raíz de la occidentalización del espacio urbano y la vida cotidiana de sus ciudadanos. Lo que Lash y Urry (1987) sugieren cuando definen la “developing service class”³ es útil para realizar una primera aproximación al proceso de gentrificación del centro histórico de Sarajevo. En este sentido, los autores afirman que los individuos que forman parte de esta clase propuesta por ellos se han convertido como los principales consumidores de productos culturales postmodernos (Íb., 292), advirtiendo, a su vez, que existe una cierta acción homogeneizadora por parte de la nueva clase media en lo que se refiere a los gustos y estilos de vida postmodernos producidos desde la industria cultural (Íb.).

Por esta misma razón, lo que Tim Butler (1997) y David Ley (1997) argumentan para la nueva clase media de Londres puede ser ciertamente útil para describir y analizar la gentrificación en el centro histórico de Sarajevo. Teniendo en cuenta sus argumentos, la nueva clase media musulmana de la capital bosnia debería jugar un papel clave en el citado proceso de gentrificación del centro histórico, generándose ciertas diferencias con la tesis de la diferencia de renta establecida por Neil Smith (1996). Más aún, se antojaría como necesaria la consideración, tal y como Tim Butler (1997) afirma, de la estrecha relación entre el mismo proceso de gentrificación con el capital educativo, la nacionalidad y el estilo de vida de los individuos. En el caso concreto de Sarajevo, esta nueva clase media musulmana presenta ciertas similitudes con la nueva clase creativa global definida por Richard Florida (2000). Una primera aproximación cualitativa al conjunto de locales de ocio nocturno del centro histórico de Sarajevo sugiere considerarlos como espacios donde la nueva clase media pueden satisfacer sus demandas de interacción social y cultural así como sus deseos de consumir un ocio nocturno “auténtico” y “particular”. Se trata de deseos los cuales, en el caso

³ Concepto idéntico al de service class de Thrift i Hamnett (1989) o al de nueva clase media de Bourdieu (1979).

concreto de la capital bosnia, exclusivamente pueden ser consumidos en un determinado contexto urbano consolidado y caracterizado por una tipología edificatoria con un notable relieve histórico. La nueva clase media musulmana de Sarajevo no requiere tanto un “consumo de ciudad” como sí una “creación de ciudad”.

2. UNA FOTOGRAFÍA DEL OCIO NOCTURNO POSMODERNO EN EL CENTRO HISTÓRICO DE SARAJEVO.

Las fuentes primarias de información sobre la historia del ocio nocturno en Sarajevo son de calidad desigual. De hecho, el único acceso a la información –hasta el momento no se ha encontrado ninguna publicación al respecto– es el que se deriva del trabajo de campo cualitativo. Así, y según las fuentes consultadas, durante el sitio a que fue sometida Sarajevo (1992-1995) continuó existiendo una cierta oferta de locales de ocio nocturno: “Durante la guerra había algunos locales para salir de fiesta. La gente salía de fiesta incluso cuando los serbios nos lanzaban granadas. Nadie puede matar la vida de una ciudad”.⁴ Pero no todas las personas que vivieron sometidos al sitio participaban de aquella normalidad violenta: “No había nada hace tres años. En cambio, ahora mismo está lleno de locales en el centro. Y hay una discoteca a las afueras, cerca de Ildiza, que se llama Aqua... y otra en las Torres Unitic”.⁵ Estas diferencias substanciales en la configuración de los mapas mentales de dos individuos de edad similar, residentes en la misma ciudad y que vivieron el mismo episodio bélico desde una óptica también similar no desmiente la primera información, reforzando a la par la idea que la eclosión del ocio nocturno como subsector económico emergente es, a día de hoy, un hecho: “Ahora hay muchas más discotecas y pubs que hace cuatro o cinco años”.⁶

En la actualidad, el ocio nocturno de Sarajevo presenta una fuerte dualidad socioespacial. Así, y solamente a nivel espacial, se podría afirmar de manera genérica que la oferta de ocio nocturno en Sarajevo se concentra en dos áreas bien delimitadas: el centro histórico y el área suburbana comprendida entre Stups Brdo e Ildiza, cercana al aeropuerto internacional de la capital bosnia. Aunque en esta última área suburbana la concentración de locales de ocio nocturno es mucho menor que en el centro histórico de la ciudad, destaca la presencia de una macrodiscoteca (*Aqua*), la cual tiene una notable importancia dentro del sistema territorial de ocio nocturno de la capital bosnia.⁷ Por otra parte, a nivel social cabe distinguir una clara diferencia-

⁴ Kenan, 28 años, cliente bosniaco habitual del City Pub. Declaraciones traducidas del inglés. Entrevista realizada en el bar City Pub el 10 de febrero 2007.

⁵ Marko, 30 años, camarero del restaurante Michelle, situado en la calle Ferhadija. Declaraciones traducidas del inglés. Entrevista realizada en el mismo restaurante el 12 de febrero de 2007.

⁶ D., 37 años, alto cargo militar de la Embajada Española. Entrevista realizada en la sede de la misma embajada en Sarajevo, el 4 de febrero de 2007.

⁷ El aforo máximo legal de la discoteca són 3000 personas. Información facilitada por el personal de seguridad del local. 17 de febrero de 2007, Ildiza (Sarajevo).

ción e incluso segregación sociospacial. En este sentido, y por lo que respecta a la oferta suburbana de ocio nocturno, la mayoría de clientes son jóvenes entre 16 y 35 años de clase trabajadora de los suburbios de Sarajevo⁸. Así lo afirma Milka: “Los jóvenes de clase trabajadora tienen un bajo capital académico, y suelen escuchar este tipo de música [turbo-folk]. Suelen ir a Aqua. En cambio, los jóvenes que estudian en la universidad suelen escuchar música comercial americana o europea, y van al Club Jez, al Central Café... y a locales como éstos”⁹. Cabe resaltar que la música que suelen consumir los jóvenes y jóvenes-adultos de clase trabajadora suele pertenecer al género turbo-folk: “La música folk bosnia contiene sonidos árabes. Es una mezcla de muchos tipos de música. Pero actualmente, toda la música bosnia, quiero decir, la música tanto para bosniacos como para serbios, ¡contiene sonidos árabes! ¡Y las letras no son nacionalistas! Pero el sonido siempre tiene algo de árabe... ¡incluso la música serbia!”.¹⁰ Lo que Milka expresa permite recuperar lo que Maffesoli (1996) sugería: el consumo puede ser considerado con una variable explicatoria de la construcción de identidades individuales en los jóvenes. A pesar de la opinión de Milka, el trabajo de campo realizado durante estos dos últimos años ha permitido comprobar que no solamente los jóvenes de clase trabajadora consumen preferentemente “turbo-folk” o “hardcore” balcánico, sino que su consumo, mucho más generalizado desde los últimos tres años, cabe enmarcarlo en un resurgir del sentimiento “yugoslavo” de los años ochenta, tal y como se irá esbozando a lo largo del texto.

Todo ello conduce a expresar el hecho que no debería ser despreciado el papel de la música en la (re)producción de identidades (Kong, 1995; Thornton, 1995; Malbon, 1999; Chatterton y Hollands, 2003). En el caso de la ciudad de Sarajevo, este fenómeno tiene una especial significación no solamente en los diferentes grupos juveniles sino en todos los segmentos de edades y estratos sociales de la ciudad. De hecho, la relación entre los estudios musicales y las ciencias sociales no es nueva hoy día en la geografía (Nofre, 2008b; 2008c). Precisamente desde el ámbito de la disciplina geográfica anglosajona, varios autores han sugerido recientemente que la música sirve para (re)producir sistemas sociales (Kong, 1995, 184-5). Este hecho permite afirmar, tal y como lo hace Lily Kong, que la música sirve para perpetuar una ideología a través del ejercicio de la hegemonía, aunque también sirve para expresar

⁸ Llegar a conocer con exactitud y certeza la posición social y el sentimiento de pertenencia a un determinado estrato social de cada uno de los consumidores habituales de cualquier local es imposible. Incluso cualquier aproximación cualitativa basada en encuestas preliminares contiene ciertas imprecisiones sine qua non. De hecho, hay trabajos de carácter académico que presentan una caracterización de los clientes según tipologías diversas. En este sentido, destacan los trabajos realizados en Inglaterra por Carat Media Group (publicado en 2001) y por Whitbread Company, según indican Paul Chatterton y Robert Hollands (2003, 41).

⁹ Milka, 40 años. Profesora universitaria asociada. Departamento de Geografía Humana. Universidad Este de Sarajevo. Declaraciones traducidas del inglés. Entrevista llevada a cabo en el bar Termal de la estación de montaña de Jahorina (Pale, República Srpska), el 21 de febrero de 2007.

¹⁰ Jelena, 25 años. Investigadora contratada en el Departamento de Geografía Física de la Universidad Este de Sarajevo. Declaraciones traducidas del inglés. La entrevista fue llevada a cabo en el bar Termal de la estación de montaña de Jahorina (Pale, República Srpska), el 21 de febrero de 2007.

protesta y resistencia (Íb.,188), tal y como también sugiere Alessandro Dozena en el caso de la samba en el Brasil de la modernidad universal (Dozena, 2006). Un determinado consumo de música y ocio nocturno permite crear y reproducir una determinada vida social en red. Con estos mismos términos lo expresa Kay Anderson (1999,5): “In constructing cultures, therefore, people construct geographies”. Asimismo, cabe tener en cuenta que, en tiempos de conflicto –no necesariamente violento–, las estrategias de (re)producción cultural tienden a ser más notorias, más visibles (Duncan,1999,53-69; Sibley, 1999,140).

La oferta de ocio nocturno en el centro histórico de Sarajevo presenta unas pautas de localización diferentes a la del área suburbana. Así, y a nivel espacial, cabe decir que los locales de ocio nocturno del centro histórico presentan una localización estructurada fundamentalmente alrededor de tres calles: *Ferhadija*, la calle “elegante” de Sarajevo, tal y como proponen Carles Carreras y Sergio Moreno (2007); *Zelenih Oeretki* y, por último, la calle *Branilaca Sarajeva*. De los cincuenta y cuatro locales de ocio nocturno cartografiados en las áreas más céntricas de las municipalías de *Stari Grad* y *Centar*,¹¹ treinta y tres se concentran en esta área bautizada desde estas mismas líneas como “subsector Ferhadija”, tal y como recoge la cartografía derivada del trabajo de campo, cosa que representa el 61,11% del total considerado.

Un análisis cualitativo de la estructura de la oferta de ocio nocturno de este subsector urbano permite entrever la coexistencia de dos hegemonías culturales en relación al consumo de un determinado ocio nocturno y, más concretamente, de una determinada música. Esta coexistencia cabe enmarcarla en el campo de la (re)producción simbólica. Así, aquellos locales que participan de la estrategia del “clubbing” (muchos de ellos con la partícula “club” en sus nombres) constituyen a la vez agentes activos del proceso de occidentalización de la “noche” de Sarajevo, reproduciendo un *mainstream* de ocio nocturno plenamente “occidental”, “global”. Por otra parte, el proceso de islamización de la capital bosnia (Nofre y Martín, 2008) toma precisamente el ocio nocturno como uno de sus campos de (re)producción simbólica más importantes. Es por ello mismo que, a modo de ejemplo, aunque predomine la música pop-rock anglosajona en las sesiones nocturnas, también se puede escuchar música “electrohouse” y “dance” de origen anglosajón pero con matices rítmicos y harmónicos de clara influencia árabe, en consonancia con la tradición musical balcánica.

En este sentido, la mayoría de los locales donde ofrecen este tipo de música están concentrados en el anteriormente definido “subsector Ferhadija”. Valgan como ejemplo City Pub, Galerija KO, *La Vita*, Hacienda, Central Café, Café Alfonso,... Sin embargo, el diseño de sus espacios interiores así como su estética asociada parecen responder a los cánones estilísticos de aquella “noche” global que se presenta hegemónica en las grandes ciudades postfordistas occidentales. Se trata de un “mainstream” estético importado desde los locales más de moda de Greenwich Village de Nueva York o, por poner otro ejemplo, el Soho de Londres. Visto lo expuesto, parece ser que los locales de ocio nocturno del “subsector Ferhadija” tienden a ofrecer un ambiente

¹¹ Las municipalías equivalen a distritos.

de acuerdo con los nuevos parámetros estéticos postmodernos de la sus clientes, la mayoría pertenecientes a las nuevas clases medias musulmanas aparecidas después de la guerra de Bosnia y en consonancia con la eclosión de las nuevas clases medias definidas por Miriam Greenberg (2000) para las ciudades posfordistas occidentales.

El club *La Vita* puede ser considerado uno de los mejores ejemplos que se pueden exponer en este sentido. Se trata de un local orientado al sector más joven de las nuevas clases medias musulmanas de Sarajevo. Estar en el interior del local, consumir su oferta de ocio, permite al individuo acumular y, a la vez, mostrar refinamiento y distinción social a través del propio consumo de este espacio de ocio. Pero sobretodo, a través de compartir solamente con la presencia en el local, los gustos musicales del “DJ”. Esta distinción social citada puede ser (re)producida y mostrada también a través de una estética individual notablemente italianizada tanto para ellos como para ellas; a su vez, puede ser mostrada también mediante la moderación en el consumo de alcohol y en la manera de relacionarse con los amigos (evitando elevar el tono de voz cuando se habla, sentándose manteniendo un mínimo espacio entre ellos,...) y la gente desconocida (procurando no romper las distancias con el *otro*). Todo ello presenta una fuerte homogeneidad estética y ética entre la mayoría de los clientes de *La Vita*. La hegemonía en este mismo local de sillas y sillones individuales para sentarse permite reproducir esta manera de comportarse.

El hecho que la estética de la nueva clase media musulmana esté basada mayoritariamente en la moda italiana más actual puede conducir a considerar como objeto de estudio minucioso el papel precisamente del consumo de ropa y de complementos de vestir en la occidentalización del espacio urbano y de la vida cotidiana en la ciudad de Sarajevo. En el caso concreto del ocio nocturno del centro histórico de la capital bosnia, podría afirmarse que el hecho que se promoció la consolidación de un “mainstream” basado en el “clubbing” que es importado desde las grandes ciudades posfordistas occidentales responde a la voluntad de las clases dirigentes de la ciudad de consolidar un nuevo estilo de vida “central”, hegemónico, una nueva manera de comportarse cuando se sale de fiesta, reafirmando lo que sostenía Sara Thornton para las ciudades medias británicas de mediados de la década de 1990: “*Club cultures are essentially taste cultures*” (Thornton, 1995,80).

Este proceso de occidentalización de la noche de Sarajevo cuenta con ciertas resistencias sociales y culturales, las cuales adquieren un protagonismo significativo en el área limítrofe de la *municipalidad* de *Stari Grad* con la República Serbia de Bosnia y Hercegovina. A trescientos metros a las afueras de la capital y situado en el margen derecho del río Miljacka se encuentra el *Restoran Barenj*. Se trata de un complejo de ocio que durante las noches ofrece un servicio de restauración con música en directo hasta bien entrada la madrugada. En términos puramente estéticos, en el local predomina el color verde islámico. Los camareros visten con piezas de ropa y complementos de vestir que parecen evocar la Sarajevo otomana. La música, en riguroso directo, pertenece al género folk tradicional bosniaco, aunque fusionado con ritmos árabes contemporáneos. Cada sesión se inicia alrededor de las 19,30 h., momento en que empiezan a concentrarse grupos de amigos y familiares alrededor de las mesas para cenar mayoritariamente guisos de

carne –no de cerdo. Algunos de los comensales toman bebidas alcohólicas, especialmente en invierno.¹² Hacia las 21 h. se inicia la sesión de música en directo, en la misma sala, hasta bien entrada la noche, pudiéndose bailar entre las mesas o en el pasillo central.

Se trata de un modelo de ocio nocturno absolutamente diferenciado de aquel citado en párrafos anteriores el cual es importado de las grandes ciudades posfordistas occidentales contemporáneas y que se ha convertido en uno de las principales estrategias de la occidentalización del espacio urbano y las prácticas sociales cotidianas de los jóvenes y jóvenes-adultos de Sarajevo. El espacio urbano se convierte, así, en el marco de referencia para la visibilización de las diferentes simbologías asociadas a las dos hegemonías culturales anteriormente citadas que se dan en la capital bosnia. Si la hegemonía occidental –el capitalismo posmoderno- se visibiliza en el centro histórico de la ciudad de Sarajevo mayoritariamente mediante una compleja estructura comercial (Carreras y Moreno, 2007) y también mediante una compleja estructura de ocio nocturno basado en el “clubbing”, la islamización de la ciudad se visibiliza a través de la proliferación del color verde en diferentes elementos urbanos, así como la presencia cada vez más significativa de carteles en árabe oficial y el creciente número de majestuosas mezquitas a lo largo y ancho del espacio urbano sarajevita (Nofre y Martín, 2008). Pero también, y como se ha esbozado muy someramente en líneas anteriores, en la aparición de espacios de ocio y restauración orientados a la nueva clase media musulmana de Sarajevo. Este es el caso del restaurante situado justo al lado de la mezquita de Basarskija. Para algunos jóvenes musulmanes, la última oración del día significa el inicio de su tiempo de ocio.

Más exactamente, la primera actividad de ocio especialmente para los adolescentes es pasear por el área comercial del centro histórico de Sarajevo, estructurada a lo largo de la calle *Fehardija* y el tramo inicial de la calle *Tita Marsala*¹³. Mostrarse durante un tiempo establecido, alrededor de las seis de la tarde, en la “calle elegante de Sarajevo” (Carreras y Moreno, 2007) se convierte para los paseantes adolescentes y jóvenes en un acto de reivindicación de su existencia en la esfera social pública sarajevita, siendo el principal objetivo de este “mostrarse públicamente” el aparentar pertenecer –o hacerlo público, simplemente- a la nueva clase media musulmana de Sarajevo, el grupo económicamente y socialmente dominante en la actualidad

¹² Cerveza (Tuborg, Heikenken, Sarajevsko y Budweiser), licores tradicionales digestivos (como la rakia) y vino tinto italiano, montenegrino o croata suelen ser las bebidas alcohólicas más consumidas. A pesar de chocar frontalmente con los preceptos establecidos por el Corán, el clima invernal balcánico tan extremo facilita la ingesta de alcohol a pesar de la creencia musulmana de la mayoría de la población sarajevita, aspecto bastante generalizado no solamente entre los jóvenes –por motivos de construcción de identidades individuales y colectivas occidentalizadas- sino también entre los adultos y gente mayor (Información facilitada por D., 60 años., profesor de la Facultad de Economía de la Universidad de Sarajevo. Entrevista realizada el 10 de febrero de 2007 en la misma facultad. Declaraciones traducidas del inglés.

¹³ Irena, 40 años, profesora universitaria asociada. Departamento de Psicología Clínica. Universidad Este de Sarajevo. Declaraciones traducidas del inglés. Entrevista llevada a cabo en el bar Termal de la estación de montaña de Jahorina (Pale, República Srpska), el 21 de febrero de 2007.

de la capital de Bosnia. Así, pasear a lo largo de la calle Ferhadija, vestir con ropa y complementos de vestir importados de la moda italiana se convierte en un eficaz mecanismo de distinción social. Esta idea obtiene su apoyo teórico-conceptual en la distinción social apuntada por Pierre Bourdieu en su estudio sobre las capas medias-altas de París (Bourdieu, 1979). En su brillante estudio, el sociólogo francés sugería la existencia de una cierta correlación entre la eclosión de las nuevas clases medias y los diferentes procesos cotidianos de acumulación de capital cultural y social. Además del apoyo teórico-conceptual encontrado en Pierre Bourdieu para desarrollar la investigación sobre la nueva clase media musulmana de Sarajevo, cabe destacar que a lo largo de las tres últimas décadas se han multiplicado los trabajos que sugieren ciertas correlaciones establecidas entre el ocio de los jóvenes, sus gustos musicales, su estilo de vida e incluso su consumo de ropa de moda con la pertenencia a clases sociales.¹⁴ Estas breves consideraciones teórico-conceptuales pueden ser útiles para esclarecer en una primera aproximación cómo el consumo de ocio nocturno es usado como mecanismo de distinción social en la ciudad de Sarajevo y en especial en su centro histórico.

Tales afirmaciones realizadas sobre la relación entre la oferta de ocio nocturno en el centro histórico de Sarajevo y la distinción social no deben conducir a considerar que toda esta oferta de ocio nocturno está relacionada con los mecanismos de distinción social utilizados por la nueva clase media musulmana sarajevita. Aunque el ocio nocturno más “puro” en términos sociales e incluso de clase se localiza en el mismo centro histórico de la capital bosnia gracias a la “higienización social” inducida por el proceso de gentrificación que se ha venido llevando a cabo en el centro de Sarajevo desde el final de la guerra, hay algunos pubs y discotecas que no pertenecen a la esfera de la distinción social, en terminología de Pierre Bourdieu (1979). Si *La Vita o Club Jez* representan locales para aquellos jóvenes y jóvenes-adultos “solamente musulmanes”, *Underground*, *Club Inn*, *Sloga*, *Underground* y *Boulevard Discotheque* representan al conjunto de locales donde los jóvenes de la mayoría musulmana sarajevita suelen consumir y compartir la misma “noche” y el mismo espacio de ocio nocturno con otras minorías de la capital de Bosnia, como son los serbobosnios, los albanokosovares, los bosniocroatas y los turcos, así como también personal de los respectivos cuerpos diplomáticos y militares de países europeos destinados en Bosnia y Hercegovina.

Cabe destacar el hecho que *Club Inn* y *Boulevard Discotheque* son discotecas localizadas en el distrito de *Marijn Dvor*, una de las grandes áreas urbanas redefini-

¹⁴ Lo que afirma Angela McRobbie (1984) refuerza la idea que, a menudo, la década de 1980 y 1981 han sido descritas como décadas de gran fragmentación subcultural, con una sobreabundancia de hibridaciones y transformaciones (Böse, 2003, 169). En este sentido, se podría afirmar que ha habido –y aún hoy día se detectan– dificultades notables para explicar las transformaciones más recientes del sistema capitalista y sus repercusiones en la esfera política, social y cultural. Un ejemplo de tales dificultades explicativas es la tesis que sostiene Chambers (1987) en torno al eclecticismo musical de antaño, remarcando los estilos posbuculturales y la respuesta que Kong (1995) ofrece afirmando que la música sirve tanto para (re)producir la ideología dominante como para expresar protesta y resistencia.

das recientemente como una nueva centralidad dentro del sistema metropolitano de Sarajevo. Una comparación de la estructura social del distrito antes de la guerra de la década de 1990 con la actual permite pensar en una posible estrategia de renovación/higienización social por parte de las clases dirigentes de la ciudad, de claro signo musulmán.¹⁵ Lo más significativo en lo que se refiere al objeto de estudio de este artículo es que el ocio nocturno en esta área de nueva centralidad forma parte en la actualidad de las estrategias de las clases dirigentes para la substitución de ciertas prácticas sociales “tradicionales” por otras nuevas que deberían surgir a raíz de la construcción de un complejo terciario y de servicios en este distrito central. Es decir, parece ser que existe la voluntad desde la administración local de Sarajevo de querer inducir una nueva manera de consumir —cómo consumirlo y con qué frecuencia— el nuevo *Marijn Dvor* por parte de los jóvenes de la ciudad.

En este sentido, cabría remarcar el hecho que Sarajevo ha pasado a engrosar el cúmulo de ciudades posfordistas occidentales y del centro y este de Europa que han sido reconstruidas, desde la crisis urbana de la década de 1970, por sus respectivas clases dirigentes como lugares de consumo de “diversidad orientada” y “emociones controladas”, tal y como ya sugería Lefebvre (1968) en su *Le Droit a la Ville* refiriéndose al barrio latino de París. Hoy día, los paisajes urbanos posmodernos son radicalmente diferentes a aquellos anteriores a 1980. Solamente en el ámbito del turismo, y en relación con la ciudad de Sarajevo, se han (re)diseñado y ejecutado enclavamientos turísticos urbanos, como *Basarcija*, que facilitan el control autoritario del espacio urbano, modificando las pautas de consumo habitual y no habitual (Nofre et Martín, 2008), a menudo reemplazando y suprimiendo elementos que pertenecen al palimpsesto cultural sarajevita con ambientes “Disney”¹⁶. Efectivamente, el pequeño comercio de alimentación ha sido desplazado por locales de souvenirs desde el final de la guerra de 1992-1995, homogeneizando la oferta comercial. Además, el control autoritario del espacio se ejerce mediante la videovigilancia, novedad aparecida recientemente en la capital bosnia.

3. EL OCIO NOCTURNO GLOBAL, ENTRE EL BRANDING Y LA GENTRIFICACIÓN. ¿EL CENTRO DE SARAJEVO COMO PRODUCTO DIFERENCIADO?

Un número muy notable de autores de diferentes ámbitos científico-académicos tanto españoles como internacionales sugieren que, desde la década de 1990, las clases dirigentes de las grandes ciudades posfordistas *luchan* por conseguir un mayor rendimiento de los respectivos procesos de internacionalización de sus actividades económicas y de su capital social. Para ello, reconceptualizan las ciudades como cuerpos sociales físicos y únicos, orgánicos, vivos, apostando por la atracción —a *sus*

¹⁵ Una de las estrategias para la higienización social de Marijn Dvor ha sido la construcción de algunas nuevas mezquitas durante los últimos quince años que antes de la guerra no existían.

¹⁶ Idea originalmente expuesta por Henri Lefebvre en su *Le Droit a la Ville* de 1968 y recogida posteriormente por Tim Edensor (1998), John Hannigan (1998) y Denis Judd (2003).

ciudades desde donde actúan- de inversiones pertenecientes al campo de la economía “simbólica”, como, por ejemplo, empresas de telecomunicaciones y nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Con el objetivo de favorecer la creación de un “centro vivo 24 horas”, las Administraciones Públicas disponen de subsidios y ayudas para la realización de grandes eventos públicos, incluso más allá de los límites administrativos y simbólicos del mismo “centro”¹⁷.

En el punto anterior, se ha esbozado sintéticamente cómo alguna de las nuevas centralidades de desarrollo socioeconómico de Sarajevo –como el distrito de *Marijn Dvor*- aparece como mero escenario donde se visibilizan las nuevas estrategias de desarrollo urbano contemporáneo mediante cooperaciones de carácter mixto, público-privado, para la realización de tales actos multitudinarios.¹⁸ Al mismo tiempo, ciertas prácticas urbanísticas llevadas a cabo durante el proceso de reconstrucción de la ciudad de Sarajevo en la segunda mitad de la década de 1990, han favorecido la consolidación del proceso de *branding* del espacio urbano, llegando a construir una cierta visión de la capital bosnia como simple producto “comercial” y “comercializable”, estrategia que ha sido ideada y está siendo desarrollada desde la *Agencia para el Desarrollo Económico y Regional de Sarajevo* (SERDA).¹⁹ Todo ello puede inducir a la consideración, hipotética, que situaría la actual coyuntura urbana de Sarajevo en el contexto de la creación de un marco espacial de (re)producción de la imagen de la ciudad (de la ciudad como producto). Este proceso, el cual constituye uno de los fundamentos de las principales líneas estratégicas del desarrollo urbano de Cantón de Sarajevo en el horizonte 2015, no consigue establecer un marco social homogéneo, al menos en lo que se refiere al ocio nocturno. De hecho, y tal y como afirman Kumar (1995) o Paul Chatterton y Robert Hollands (2003,9) el consumo de ocio en las ciudades occidentales contemporáneas se caracteriza por una creciente segregación social y espacial. Efectivamente, estas estrategias de gentrificación del ocio nocturno derivadas del continuo proceso de “branding” de la ciudad conducen a una segregación social del espacio urbano “nocturno” altamente efectiva y que visibiliza de manera cada vez más clara y evidente el uso polarizado del espacio de uso público, a veces incluso con episodios de violencia especialmente de índole simbólica.

El ocio nocturno, en el tema de la gentrificación, tiene una importancia muy significativa en Sarajevo. Teniendo en cuenta el cambio en el sistema político y económico acaecido a partir de la desintegración de la Unión Soviética y el Bloque Comunista, así como de la ex-Yugoslavia, el proceso de gentrificación del centro histórico de Sarajevo empieza a tener que ver cada vez más con la producción y el con-

¹⁷ Sirva como ejemplo el Festival Winter Sarajevo, de periodicidad anual.

¹⁸ Un buen ejemplo de lo expuesto sería el Jazz Festival Sarajevo.

¹⁹ Sirva como ejemplo la reciente candidatura fracasada de la ciudad de Sarajevo para organizar los Juegos Olímpicos de Invierno de 2012. Del éxito de la candidatura dependía la continuidad de conseguir fondos públicos y privados internacionales para continuar con la reestructuración urbana del Cantón de Sarajevo (Información facilitada por Mirjana Danovic, Jefe del Comité de Expertos del Ayuntamiento de Sarajevo. Declaraciones traducidas del inglés. Entrevista realizada en la misma sede del City Council el 20 de febrero de 2007).

sumo de la diferenciación social y espacial urbana (Smith, 1996), a la vez que liga con los procesos de distinción social y acumulación de capital cultural que Pierre Bourdieu (1979) atribuye como propias de la nueva clase media urbana de las ciudades capitalistas occidentales de finales del siglo XX. Con lo mostrado en este artículo así como anteriores y numerosos trabajos sobre ocio nocturno, classes sociales y espacio urbano (Thornton, 1995; McKay, 1998; Malbon, 1999; Chatterton y Hollands, 2003; p.e.) se podría afirmar que el ocio nocturno permite (re)producir la infraestructura “estética” necesaria para dotar de apoyo suficiente los diferentes estilos de vida y las nuevas identidades –normalmente asociadas a la nueva clase media- surgidas en la nueva economía urbana posfordista y que caracterizan, especialmente, las áreas gentrificadas (Smith, 1996; Chatterton y Hollands, 2003).

Además, cabe tener en cuenta que, hoy en día y en referencia a los diferentes grupos sociales de jóvenes y jóvenes-adultos, el consumo y el ocio se han convertido en elementos centrales en la construcción de identidades individuales y colectivas (Willis, 1990; Hollands, 1995; White, 1999; Chatterton y Hollands, 2003). Con todo, tanto la extrema mercantilización de la “noche” como la de los propios espacios urbanos de ocio nocturno, así como la gentrificación, el “branding”, el “theming” musical, y la imposición de un cierto estilo de vida dominante, provocan “desplazamientos espaciales” de las actividades de las clases subalternas de Sarajevo.²⁰ Así lo afirman Paul Chatterton y Robert Hollands (2003,20) para el caso de las ciudades occidentales europeas. Según estos autores, actualmente el consumo de ocio nocturno característico de las clases trabajadoras durante el periodo fordista se está desplazando hacia los márgenes de la ciudad a la vez que se marginalizan aquellos ocios nocturnos (re)producidos desde subculturas juveniles *alternativas*. Así, parece ser que lo que sugieren tanto como Paul Chatterton y Robert Hollands puede ser útil para entender por qué el ocio nocturno de los jóvenes de clase trabajadora de Sarajevo se concentra en sus suburbios, como por ejemplo en Ilidza.

A esta última afirmación habría que añadirle un cierto matiz. Si bien es cierto que una buena parte de la oferta de ocio nocturno para la clase trabajadora de Sarajevo se concentra en los suburbios de la capital bosnia, ello no quiere decir que los jóvenes residentes en esta área de Sarajevo no acudan al centro histórico de su ciudad para consumir una noche que no presenta una segregación tan clara como la que puede presentar la de Barcelona, a la luz del estudio realizado por Jordi Nofre (2008a) con motivo de su tesis doctoral.

La noche de Sarajevo presenta una complejidad social menor a la de otras ciudades problemáticamente debido a las consecuencias en la estructura social y en los comportamientos culturales de su población derivadas del periodo bélico de 1992-1995. Así, y en lo que se refiere estrictamente al consumo de música en la “noche” de Sarajevo,

²⁰ Aunque Paul Chatterton y Robert Hollands (2003) lo afirman para las ciudades posfordistas de la Europa Occidental, también en Sarajevo los espacios de ocio nocturno tradicionales tienden a desaparecer o, en el menor de los casos, a perder significación a causa del advenimiento de cambios en las prioridades de los operadores locales del ocio nocturno así como a causa también de los gustos de los consumidores, fenómeno que se antoja más o menos general en toda Europa.

cabe distinguir dos grandes tipologías musicales consumidas. La más occidentalizada está protagonizada por la música “dance” y “pop” británica, así como el “rock’n’roll” importado de los Estados Unidos de América. Sin embargo, la presencia de la otra gran oferta musical debe ser analizada, aunque sintéticamente, con suficiente detalle, ya que puede ayudar a comprender la estructuración subcultural de los diferentes consumos de ocio nocturno en Sarajevo.

Lejos de estar influenciados excesivamente por las formas culturales occidentales postmodernas, los jóvenes de los Balcanes están sujetos a una intensa aunque volátil combinación de propaganda nacionalista y cultura “pop” que presenta un elevado grado “emocional-nostálgico”. Tal y como sugiere Alexei Monroe (2000), esta mezcla es conocida como “hardcore” balcánico, el cual se basa en una elevada presencia de simbología pornográfica eslava; pero más estrictamente en el ámbito musical, se basa principalmente en la (re)producción de una tipología conocida como “turbo-folk”. Para el autor, esta forma de música fusiona canciones de amor modernas con viejas canciones folk de origen serbio. Se trata de un tipo de música en la que la armonía pretende superar siempre cualquier diferencia étnica subyacente, no dejando espacio alguno para la duda en lo que se refiere a la definición de uno mismo, de sus relaciones de amor y de sexo y de su nación. Para Alexei Monroe, no solo se trata de música de alto voltaje, sino que se ha convertido en la música perfecta para los paramilitares, ya que conjuga ritmos enérgicos con una estética nacionalista *kitsch*. Según el mismo autor, la música “turbo” puede ser vista como una forma exyugoslava y paramilitarizada de cultura “pop”, a la vez que puede ser vista también como un tipo de reacción colectiva temerosa de la globalización.²¹

Efectivamente, el resurgimiento del sentimiento de pertenencia nacional a la desaparecida Yugoslavia tiene uno de los pilares fundamentales más visible en la estética de ciertos programas de la televisión pública y privada, especialmente serbia. Según el mismo Alexei Monroe, las canciones de “turbo-folk”²² tienen una estética y un discurso significativamente “kitsch”, muy parecidas al estilo “schlager” surgido en la Alemania de la posguerra.²³ Aunque a primera vista pueden parecer muy románticas, estas mismas canciones contienen una semiótica que pretende reafirmar constantemente la etnicidad eslava (Íb.).

El consumo cultural en los países surgidos a raíz de la desintegración de Yugoslavia se convierte, por consiguiente, en el consumo de “nación”. Así lo expre-

²¹ En un plano más político, no es de extrañar la aparición y posterior consolidación de reacciones nacionalistas de índole territorial diverso en el conjunto de la región balcánica, tal y como describe de manera detallada Alex Jeffrey (2008).

²² Turbo-folk es un estilo musical originario de la región Balcánica, desarrollándose principalmente a partir de finales de la década de 1980 en Serbia, Montenegro y Bosnia y Herzegovina. Este estilo musical fusiona armonías tradicionales con ritmos y compases modernos y electrónicos. Actualmente es considerada una subcultura “kitsch” la cual realza y mitifica el hedonismo, el erotismo, el materialismo y la consecución de riqueza de manera rápida y sin escrúpulos.

²³ El estilo schlager se consolida a partir de la creación del Festival de Eurovisión en 1956. Las canciones suelen ser baladas con una musicalidad muy “pegadiza”, en las que predominan temas como el amor, los sentimientos y la melancolía.

sa el mismo autor, Alexei Monroe, al referirse a la simbología contenida en el matrimonio entre uno de los líderes paramilitares serbobosnio de más prestigio y la cantante Ceca, las canciones de la cual son archireproducidas en la práctica totalidad de los locales de ocio nocturno de Sarajevo. Según Monroe (2000), el matrimonio entre la estrella del turbofolk Ceca y Zeljko Raznatovic “Arkan” (líder de uno de los grupos paramilitares que más muertes cometieron durante la guerra de Bosnia de 1992-1995), simbolizó a la perfección la complementariedad entre la música turbofolk y el proyecto nacionalista paramilitar.

Si bien la música no debe ser considerada como un agente y/o estrategia de diferenciación tipológica, económica y social de las diferentes “noches” en Sarajevo, como sí lo sería en Nueva York, Londres, París, Madrid, Barcelona, etc., hay que acudir al diseño de los espacios interiores para entrever ciertas diferencias. En este sentido, se refuerza la hipótesis que sitúa a los procesos de “branding” y “theming” en relación con la gentrificación del espacio urbano del centro histórico de la ciudad de Sarajevo. A su vez, el mismo proceso de “branding” es protagonizado por los propios consumidores de ocio nocturno, convirtiéndose ellos mismos en agentes (re)productores de la tematización del espacio urbano. Todo parece indicar, a la luz de lo expuesto hasta ahora, que los procesos de “branding” y “theming” en el ocio nocturno penetran también en los cuerpos de los individuos y los uniformiza estéticamente según la “area temática” escogida para ir de fiesta. En este sentido, el microuniverso de la imagen individual se convierte en el marco de referencia dialéctica entre el propio individuo y la oferta de ocio nocturno: la estética del individuo dialoga con los mecanismos de distinción/exclusión ejecutados por el personal de “seguridad” de los diferentes locales.

La distinción/exclusión social en el ocio nocturno de Sarajevo parece fundamentarse en una estrategia de clase para la elitización del “ambiente” exclusivamente mediante la estética de la clientela, pretendiendo (re)producir en los espacios “de distinción” en la noche de Sarajevo una línea estética acorde con las tendencias de la nueva clase media global, de clara hegemonía anglosajona, aspecto que a priori debería “chocar” frontalmente con la progresiva islamización del espacio urbano de Sarajevo (Nofre y Martín, 2008). De hecho, esta elitización (al menos estética) de la oferta de ocio nocturno del centro histórico de Sarajevo podría ser enmarcada en una apuesta realizada por las clases dirigentes de la ciudad por consolidar el “clubbing”. Todo ello lo puede confirmar la estilización de la mayoría de locales de ocio nocturno del centro histórico de Sarajevo que se ha venido llevando a cabo durante los últimos cinco años, así como el mayor carácter “exclusivo” de los clientes de estos locales (siendo ambos fenómenos recíprocos y, por consiguiente, conformando un binomio inseparable).

Tal estilización de los locales busca fidelizar al cliente “exclusivo” dotando el espacio interior del local de elementos (re)productores de una determinada familiaridad elitista. Se trata de elemento (re)productores de identidad individual relacionada con el sentimiento de pertenencia a la nueva clase media musulmana sarajevita, a la vez que tales elementos forman parte de los mecanismos de pureza y seguridad de la comunidad —es decir, mecanismos de (re)producción de una determinada uniformidad estética y de comportamiento— que son ejecutados, como se ha apuntado ante-

riormente, por el personal de “seguridad” de los respectivos locales. Como ejemplo, valga la estética de los sofás en *La Vita* o en *Masha Eat Club* p.e., los cuales presentan un diseño englobador de la estética islámica y cosmopolita al mismo tiempo. Más aún, todos los clubs más elitistas del centro histórico de Sarajevo están regentados en la actualidad por musulmanes, y prácticamente la totalidad de los clientes pertenecen al grupo religioso musulmán.²⁴

El “clubbing” no deja de tener como última finalidad incorporar en el subconsciente del individuo el deseo de volver, aspecto que no deja de sorprender por su lógica empresarial. Además, el hecho que jóvenes de clase trabajadora de los suburbios de Sarajevo acudan tanto a clubs elitistas del centro histórico como discotecas, o bien bares y restaurantes “tradicionales”, demuestra que la “noche” en la capital bosnia no es estática. Los estilos y la estética de los consumidores y los propios locales se encuentran emmarcados en un proceso de continuo cambio. En este sentido, cabe destacar el hecho que el ocio nocturno de Sarajevo se caracteriza por la eclosión reciente e incesante de nuevas experiencias, especialmente en lo que se refiere al significado del consumo del lugar—del local en relación con la ciudad— a menudo yuxtaponiendo en un mismo espacio arte, música, diseño, moda, etc. *Club Jez* es uno de los “Restaurants & Club” más selectos de la ciudad y del país. En su parte dedicada a la restauración —la gastronomía tradicional bosnia es muy significativa en su oferta— ofrece un espacio interior que emula a un museo etnográfico bosnio. A partir de las 23h se ofrece la posibilidad a los clientes del restaurante a acceder al espacio dedicado a las sesiones de “techno” más célebres del país. Ahora bien, el hecho que los propietarios del local sean bosniacos como también sus clientes hace que los serbobosnios aún residentes en Sarajevo no acudan. De hecho, y a la vista de lo expuesto, los mecanismos de distinción/exclusión social pueden ser considerados como mecanismos de distinción/exclusión étnico-nacional.

Otros locales ofrecen una multifuncionalidad según el momento del día. Muchos presentan un consumo de su espacio diferenciado según sea mediodía, tarde o noche: una serie de modificaciones en el mobiliario interior facilitan la multifuncionalidad de locales como el *City Pub*, *Central Café*, *Café Alonso*, *Hacienda*, etc.: ofrecen servicio de restauración en horario diurno mientras que por la noche se transforman en pubs. Incluso a escala temporal anual, algunos de los clubs del centro histórico de Sarajevo hacen uso del espacio público contiguo a su propiedad para instalar las terrazas.

Lo expuesto a lo largo de este punto permite sugerir cierta complementariedad entre la hegemonía cultural occidental y la hegemonía cultural islámica, ambas notablemente presentes tanto a nivel físico como simbólico en el espacio urbano sarajevita. Más aún, si en unas primeras hipótesis iniciales se apostaba por una existencia de fricciones entre ambas hegemonías, el estudio sobre el ocio nocturno del centro histórico de la capital bosnia ha permitido comprobar cómo, efectivamente, tales fricciones, lejos de ser inexistentes, presentan un elevado índice de complementariedad y reciprocidad, a pesar de la creciente islamización de la ciudad (Nofre y Martín, 2008).

²⁴ Marko, 30 años, camarero del restaurante Michelle, situado en la calle Fehardija. Declaraciones traducidas del inglés.

4. CONCLUSIONES

En este artículo se ha presentado una primera geografía del ocio nocturno de Sarajevo y muy especialmente de su centro histórico. Contextualizado en un marco global donde precisamente la economía del ocio nocturno constituye a día de hoy una de las principales estrategias culturales para la renovación urbana de los centros de las ciudades posfordistas occidentales, se ha presentado el ocio nocturno de la ciudad de Sarajevo como una actividad económica aún incipiente pero con un creciente peso simbólico en los procesos de transformación urbana y social contemporáneos de la capital bosnia, a pesar de la ausencia de una legislación específica que regule la concentración de esta actividad económica.

En este sentido, se ha analizado la oferta de ocio nocturno del centro de la capital bosnia, se han presentado las rutas principales que definen los consumos de los diferentes grupos sociales de jóvenes de la ciudad –en especial su nueva clase media musulmana– y se ha prestado una especial atención al papel que juega la economía de la noche (el ocio nocturno) en la gentrificación del centro histórico de Sarajevo. Lejos de realizar aproximaciones clásicas al proceso de gentrificación, se ha apostado en este artículo por la visión *culturalista* del fenómeno, ofreciendo al lector una exposición y un análisis de las relaciones, ciertamente complejas, entre espacio urbano y estética individual dentro del contexto de los procesos de distinción social. En este aspecto cabe destacar que a diferencia de las grandes ciudades cosmopolitas occidentales, Sarajevo no presenta tribus urbanas. Quizás este hecho sea debido a la reciente reestructuración social inducida por el período bélico y también a los recientes procesos de occidentalización del consumo cultural de los jóvenes. En este sentido, sería interesante comprobar el estado de la cuestión de aquí a una década, aspecto que sería útil en la valoración de la occidentalización de la vida cotidiana de los habitantes de Sarajevo.

El trabajo de campo realizado permite afirmar, a modo de conclusión, que los clubs del centro histórico se caracterizan por contener ambientes estilizados que dotan al consumo de ocio nocturno de una fuerte componente de distinción social, mientras que los locales de los suburbios de Sarajevo no presentan de manera tan acusada esta estrategia. De hecho, lo visto en este artículo permite sugerir la efectividad de la estrategia del “clubbing” en su papel en la transformación (física y social) del espacio urbano sarajevita y, más concretamente, en su papel en el proceso de gentrificación del centro histórico. En definitiva, la presencia del “clubbing” en la “noche” del centro histórico de Sarajevo permite afirmar que, efectivamente, el ocio nocturno constituye un agente “cultural” de la gentrificación. El ocio nocturno ya no es aquella actividad de la clase trabajadora que desde la revolución industrial había estado vista por sus clases dirigentes como la principal fuente de vicio social y declive moral (Cunningham, 1980). Hoy día, el ocio nocturno constituye uno de los principales mecanismos de regulación, control y segregación social de las ciudades posfordistas occidentales (Chatterton y Hollands, 2003).

Juntamente con los nuevos espacios sagrados de Sarajevo, el ocio nocturno se ha convertido en el principal mecanismo de apropiación simbólica del territorio urbano. Y a su vez, en Sarajevo, el ocio nocturno es proceso y resultado, al mismo tiempo, de los efectos gentrificadores del período posbélico.

5. AGRADECIMIENTOS

Los autores de este artículo quieren expresar su agradecimiento, en primer lugar, al profesor Dr. Carles Carreras i Verdaguer por facilitar el trabajo de campo realizado durante los años 2006, 2007 y 2008 y por sus observaciones, críticas, correcciones y sugerencias, siempre interesantes y de agradecer. Al mismo tiempo, y de una manera espacial, a José Carlos, Jefe de Seguridad de la Embajada, y a su mujer, Irena Stanic, profesora asociada del Departamento de Psicología Clínica de la Universidad Este de Sarajevo, por su amistad, por alojarnos, y por la ayuda desinteresada prestada desde el primer momento. A Ljiljana Sulentic, vicerrectora de relaciones internacionales de la Universidad de Sarajevo; a la profesora Jasmina, de la Facultad de Economía de la Universidad de Sarajevo; a Mirjana Danovic, responsable de programas de desarrollo urbano del *City Council* de Sarajevo; a Goran Mutabdzija, del Ministerio de Comunicaciones y Transporte de Bosnia y Hercegovina; a Milka, profesora asociada del Departamento de Geografía Humana de la Universidad Este de Sarajevo; a Jelena Goljanin y Milica y Jelena Pelecj, investigadoras del Departamento de Geografía Humana y del Departamento de Geografía Física, respectivamente, de la Universidad Este de Sarajevo; a los técnicos de la Agencia para el Desarrollo Económico y Regional de Sarajevo (SERDA), que muy amablemente nos facilitaron datos; a José Ramón, cónsul de la Embajada Española en Sarajevo; a Diego y Vlado, miembros de la Embajada; a Amaya, responsable de la Oficina Técnica Cultural de la Embajada Española durante el 2007; a Marko, Kenan, Diana, Poljo, Armir, Darmin, Grasso, Lejla, Ajla, Jorge, Álex, Jonás, Nuria, Laura y Jozip. Y también a todos aquellos que participaron en las entrevistas y que nos ayudaron a conocer no sólo la noche de Sarajevo, sino el país y su gente.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ANDERSON, K. y GALE, F. (eds) (1999). *Cultural Geographies*. Longman, Malasia.
- BÖSE, M. (2003). "'Race' and class in the 'post-subcultural' economy", en MUGGLETON, D. et WEINZIERL, R. (eds.). *The Post-Subcultures Reader*. Berg, New York, pp. 167-80.
- BOURDIEU, P. (1979). *La Distinction*. Paris: Éditions de Minuit, Le Sens commun.
- BUTLER, T. (1997). *Gentrification and the Middle Classes*. Ashgate, Aldershot.
- CARRERAS, C. y MORENO, C. (2007). "Los procesos de modernización en Sarajevo: la incierta dirección de la flecha del tiempo", en *Anales de Geografía de la Universidad Complutense de Madrid*, 27 (1): 29-44.
- CHAMBERS, I. (1985). *Urban Rythms: pop music and popular culture*. MacMillan, London.
- CHATTERTON, P. y HOLLANDS, R. (2001). *Changing Our Toon: Youth, Nightlife and Urban Change in Newcastle*. University of Newcastle, Newcastle..
- CHATTERTON, P. y HOLLANDS, R. (2002). "Theorising urban playscapes: producing, regulating and consuming youthful nightlife city spaces", en *Urban*

- Studies*, 39 (1): 95-116.
- CHATTERTON, P. y HOLLANDS, R. (2003). *Urban Nighscapes. Youth Cultures, Pleasure Spaces and Corporate Power*. Routledge, New York.
- CONNELL, J. y GIBSON, C. (2004). "World music: deterritorializing place and identity", en *Progress in Human Geography*, 28 (3): 342-61.
- CUNNINGHAM, H. (1980). *Leisure in the Industrial Revolution 1780-1880*. St. Martin's Press, New Yor.
- DUNCAN, J. (1999). "Elite Landscapes as Cultural (Re)productions", en ANDERSON, K. y GALE, F. (eds) (199). *Cultural Geographies*. Longman, Malasia, pp.53-69.
- EDENSOR, T. (1998). *Tourists at the Taj: Performance and Meaning at a Symbolic Site*. Routledge, New York.
- FLORIDA, R. (2000). *The rise of the Creative Class: and how its transforming work, leisure, community and everyday life*. Basic Books, New York. .
- GOTTDIENER, M. (2001). *The Theming of America. American Dreams, media Fantasies and Themed Environments*. Westview Press, Boulder, CO.
- GREENBERG, M. (2000) "Branding cities: A Social History of the Urban Lifestyle Magazines", en *Urban Affairs Review*, 36, 2:228-263.
- HANNIGAN, J. (1998). *Fantasy city. Pleasure and Profit in the Postmodern Metropolis*. Routledge, London.
- HOLLANDS, R.. (1995). *Friday Night, Saturday Night: Youth identification in the Post-Industrial City*. Tesina. Newcastle: University of Newcastle upon Tyne, Departament of Sociology.
- HOLLANDS, R.y CHATTERTON, P. (2003). "Producing night life in the new urban entertainment economy: corporasitation, branding, and market segmentation", a *International Journal of Urban and Regional Research*, 39(1):95-116.
- JEFFREY, A. (2008). "Contesting Europe: the politics of Bosnian integration into European structures", en *Environment and Planning D: Society and Space*, 26: 428-443.
- JUDD, D.R.(2003). "El turismo urbano y la geografía de la ciudad", en *Revista Eure*, 87 (29): 51-62.
- KLEIN, N. (2000). *No logo*. Flamingo, London.
- KONG, L. (1995). "Popular music in geographical analyses", en *Progress in Human Geography*, 19 (2):183-98.
- KUMAR, K. (1995). *From Post-Industrial to Post-Modern Society*. Blackwell, Oxford.
- LASHJ, S. y URRY, J. (1987). *The End of the Organized Capitalism*. Polity Press, Cambridge.
- LEFEBVRE, H. (1968). *Le droit à la ville*. Ed. Anthropos, París.
- LEY, D. (1997). *The New Middle Class and the Remaking of the Central City*. University Press, Oxford.
- LLOYD, R. (2000). *Grit as Glamour: Neo-Bohemia and Urban Change*. University of Chicago, Chicago.
- MAFFESOLI, M. (1996). *The Time of the Tribes: the of individualism in mass society*. Sage, London.

- MALBON, B. (1999). *"Clubbing": Dancing, Ecstasy and Vitality*. Routledge, London.
- MARTÍNEZ RIGOL, S. (2001). *El retorn al centre de la ciutat. La reestructuració del Raval, entre la renovació i la gentrificació*. Tesis doctoral. Departamento de Geografía Humana, Universidad de Barcelona, Barcelona.
- McROBBIE A. (1984). "Dance and social fantasy", a McRobbie, A. et Nava, M. (eds.). *Gender and Generation*. MacMillan, Basingstoke, pp. 130-61.
- MONROE, A. (2000). "Balkan Hardcore. Pop culture and paramilitarism", en *Central European Review*, 24(2). [Acceso electrónico: <http://www.ce-review.org/00/24/monroe24.html>, 22 de julio de 2008, 16:54 p.m.]
- MORENO, S. (2006). *Lo Sagrado y lo profano. Nuevas Representaciones Religiosas en la Ciudad*. Treball de recerca inèdit, Barcelona.
- NOFRE, J. (2008a). *L'Agenda Cultural Oculta. Una deconstrucció de l'oci nocturn de Barcelona i els seus suburbis*. Tesis doctoral en prensa. Departamento de Geografía Humana, Universidad de Barcelona, Barcelona.
- NOFRE, J. (2008b). "Centro y periferia en la música urbana de Barcelona", en *Ciudad y Literatura, una visión interdisciplinar*. Ed. DaVinci, Barcelona. (en prensa).
- NOFRE, J. (2008c). *Resistències culturals als suburbis de la Barcelona del segle XXI. Una aproximació qualitativa des de la Nova Geografia Cultural al fenomen dels "cholos" i les "cholas"*. Fundació Rafael Campalans, Barcelona, núm. 151, pp. 1-49.
- NOFRE, J. y MARTÍN, J. (2008). "Night life promotion in Sarajevo. Gentrifying after war?", a *Annual Conference 2008 "Geographies that Matters"*. Royal Geographical Society & Institute of British Geographers. Ponencia, 29 de agosto de 2008, Londres.
- SAVAGE, M. y BUTLER, T. (1995). *Social Change and the Middle Classes*. Routledge, London.
- SIBLEY, D. (1999). "Outsiders in society and space", en ANDERSON, K. y GALE, F. (eds) *Cultural Geographies*. Longman, Malasia, pp.131-51.
- SMITH, N. (1996). *"The New Urban Frontier: Gentrification and the Revanchist City"*. Routledge, London.
- SMITH, S. J. (1997). "Beyond geography's visible worlds: a cultural politics of music", en *Progress in Human Geography*, 21(4):522-29.
- THORNTON, S. (1996). *Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital*. Polity Press, Cambridge.
- WHITE, R. (ed.).(1999). *Australian Youth Subcultures. On the Margins and the Mainstream*. Australian Clearinghouse for Youth Studies, Hobart.
- WILLIS, P. (1990). *Common Culture*. Open University Press, Milton Keynes.
- WYNNE, D. y O'CONNOR, J. (1998). "Consumption and the postmodern city", en *Urban Studies*, 35 (5-6): 841-64.